Seminarios Miércoles del exportador

Importancia de la certificación V-Label para productos sostenibles

Lima, 23 de abril de 2025

Gaby Mucha Huatuco

Directora de V-Label Perú

Índice

1 Introducción y conceptos básicos

2 Productos sostenibles y V-Label

3 Certificación V-Label en Perú

4 Categorías de certificación con V-Label

5 Proceso y costos para obtener la V-Label

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

promperú

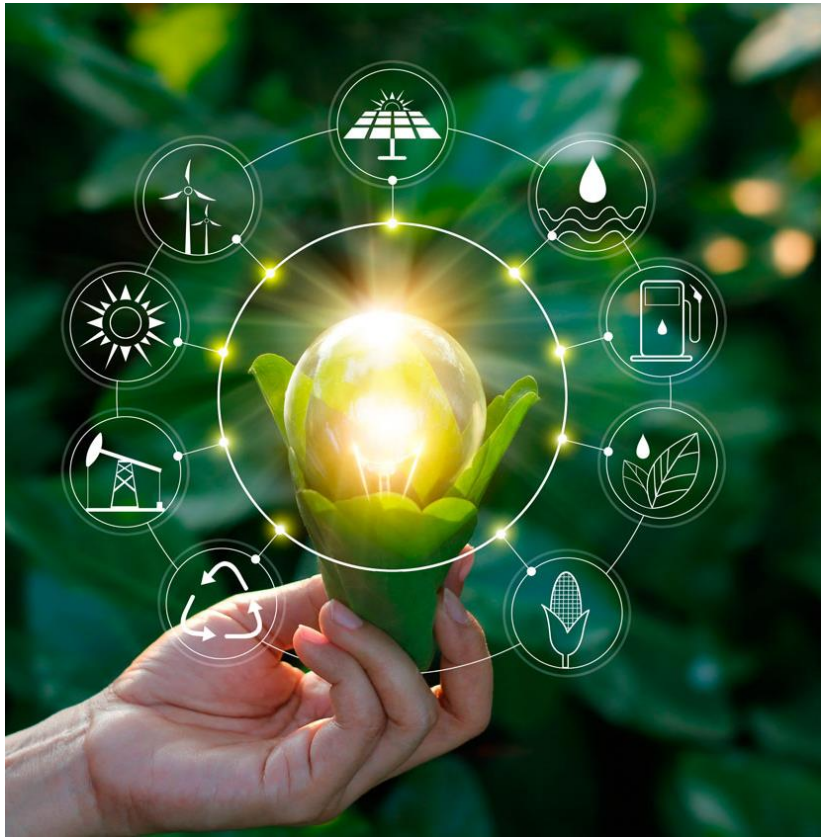
Perú

1 Introducción y conceptos básicos

Sostenibilidad

Una de las primeras definiciones otorgadas por la Comisión Brundtland fue :
“Lo que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias”

Fuente: ONU, 1987



Dimensiones de la sostenibilidad

Estas son las dimensiones planteadas en el Informe de Brundtland; sin embargo, actualmente se plantean hasta 6 dimensiones.

ECONÓMICA

Resultados económicos (productivos) que utilicen de manera eficiente los recursos

SOCIAL

Equidad social (de género, etaria y etnia)

AMBIENTAL

El ambiente como activo de desarrollo

Productos sostenibles

Son aquellos que tienen atributos sociales y/o medioambientales positivos.

¿Cómo se podrían manifestar dichos atributos al venderse?

- Etiquetas de sostenibilidad (por ejemplo, orgánico, comercio justo, no transgénico)
- Claims o alegaciones narrativas (por ejemplo, uso de materiales reciclados, ahorro de agua)
- Aspecto físico (por ejemplo, envases biodegradables, menos envases)

Fuente: Linking sustainable product attributes and consumer decision-making: Insights from a systematic review , Bunga y Schlegelmilch, 2020

Productos sostenibles

¿Qué criterios se deben seguir para la optimización del desarrollo de productos sostenibles?

- Funcionalidad
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Impacto económico
- Calidad
- Demanda de mercado
- Requisitos del cliente
- Viabilidad técnica
- Cumplimiento con la legislación y especificaciones técnicas/industriales

Fuente: Developing sustainable products and services, Maxwell y Van der Vorst , 2002

Conceptos clave

Flexitarianos

Reduce conscientemente el consumo de productos de origen animal y aumentar el de productos vegetales

Vegetariano
Evita la carne de origen animal, incluido el pescado

Veganos
Evita todos los productos de origen animal, incluida la carne, los lácteos, los huevos, la miel y otros

Pescatarianos
Evita la carne de origen animal y consume pescado

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

promperú

Perú

2 Productos sostenibles y V-Label

Productos alimentarios sostenibles

Tiene los siguientes efectos:

- Empresas adoptando **claims, certificaciones, mensajes y otro tipo de herramienta informativas para diferenciar sus productos.**
- **Mayor preocupación sobre las consecuencias sociales y medioambientales** de nuestras elecciones alimentarias.
- **Necesidad de información** sobre el impacto de los alimentos que se consumen a diario.

Fuente: Effectiveness of sustainability labels in guiding food choices: Analysis of visibility and understanding among young adults, Annunciata et. al., 2019

"Nuestros sistemas alimentarios están dañando la salud de las personas y del planeta. Los sistemas alimentarios contribuyen en más del 30% de las emisiones de gases de efecto invernadero y representan casi un tercio de la carga mundial de la morbilidad. Es esencial transformar nuestros sistemas alimentarios cambiando hacia dietas más saludables, diversificadas y basadas en plantas en mayor medida. "

Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus,

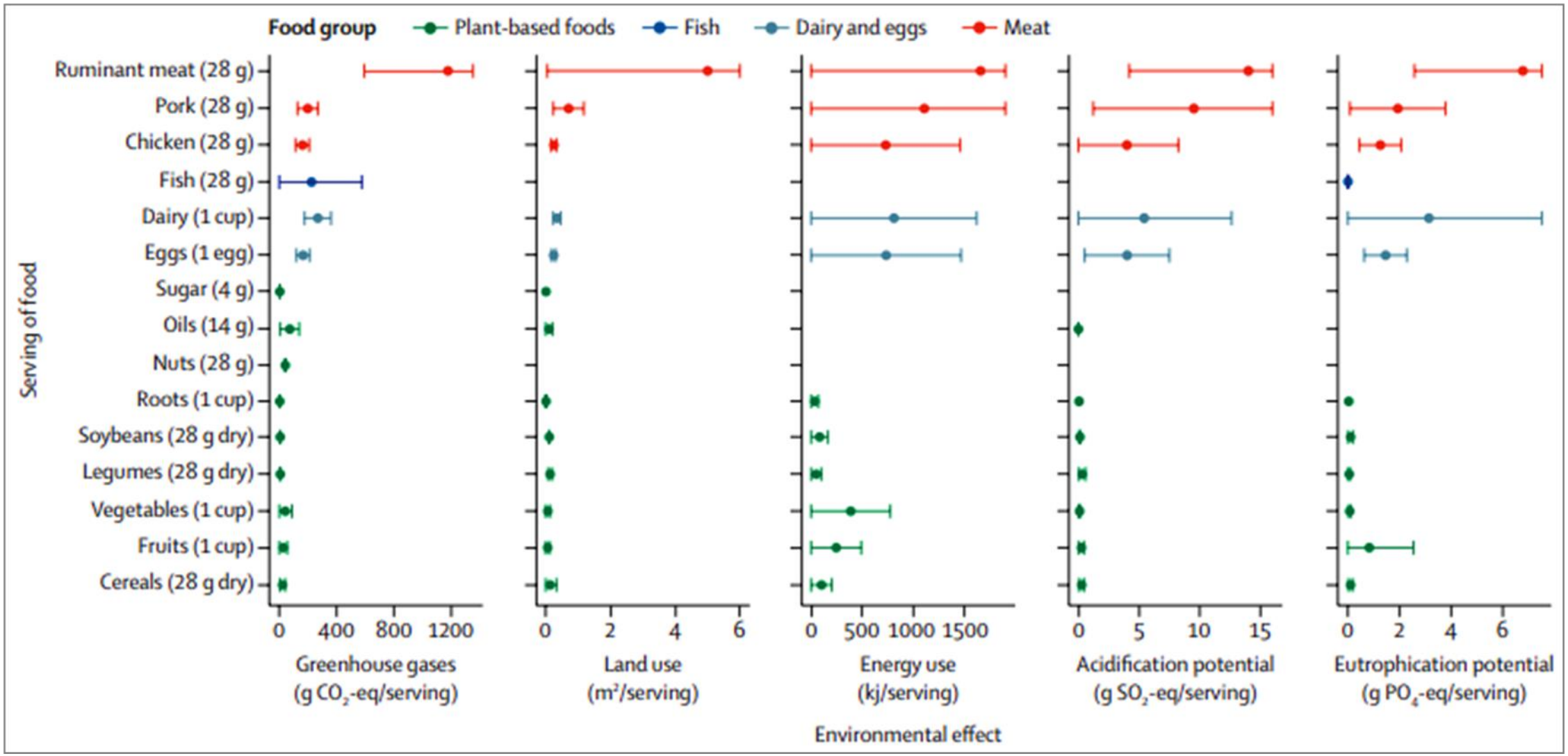
Director General de la OMS

¿Son realmente sostenibles?

Las dietas con menos alimentos de origen animal son más sostenibles ambientalmente, debido a:

- Menor huella de carbono
- Menor huella hídrica
- Menor uso de energía
- Menor uso de tierra
- Menor potencial de acidificación
- Menor potencial de eutrofización

Fuente: Effectiveness of sustainability labels in guiding food choices: Analysis of visibility and understanding among young adults, Annunciata et. al., 2019



Efectos medioambientales por ración de alimento producida

Fuente: Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems, Willett et. al., 2019

Otros productos sostenibles

Con el avance tecnológico, los productos sostenibles no solo abarcan a los del sector alimentario. También se tienen en otros sectores como:

- Vestimenta
- Calzado
- Cosméticos
- Productos de cuidado del hogar.

Al contener estos productos ingredientes de origen vegetal, **se reduce su impacto ambiental.**

El cultivo de ingredientes vegetales suele requerir **menos recursos** y, adicionalmente, muchas marcas suelen hacer hincapié **también en el packaging.**

Otros productos sostenibles

Los **tejidos naturales** contribuyen a la preservación del medio ambiente, ya que **eliminan la necesidad de procedimientos químicos intensivos durante el proceso de fabricación.**

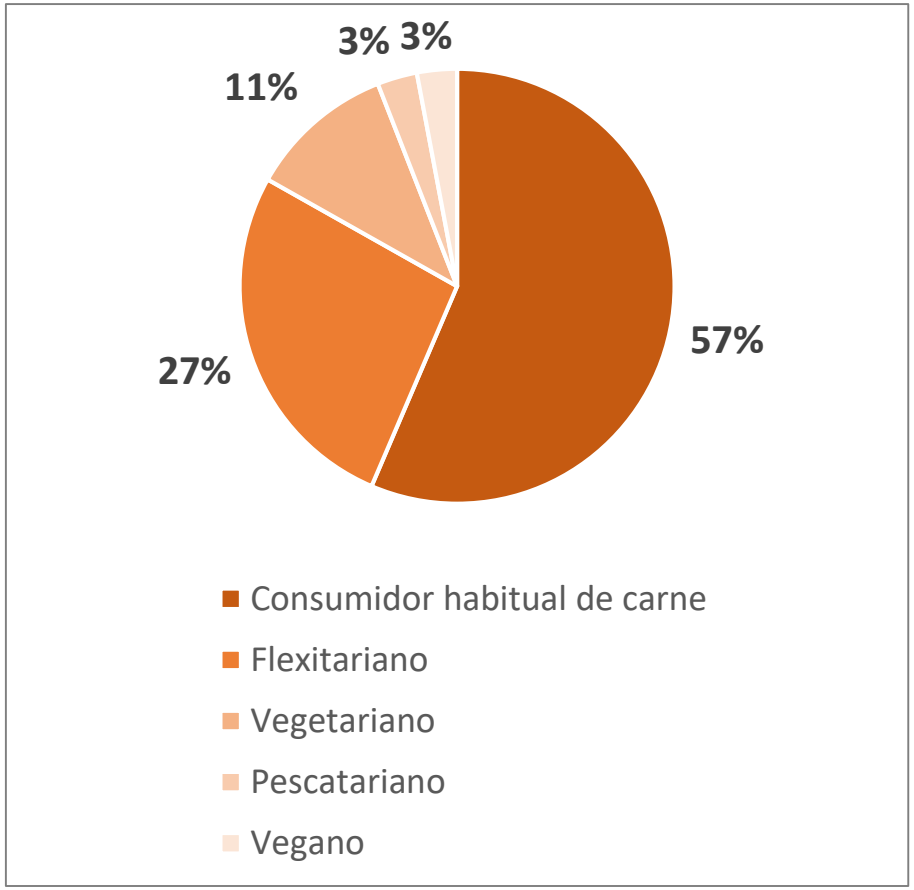
Su capacidad de biodegradación garantiza un **impacto reducido en el ambiente**, ya que pueden compostarse al final de su ciclo de vida.

Por otro lado, los tejidos con un mayor nivel de innovación tecnológica (por ejemplo: **“bio cueros”**) promueve el **uso responsable del agua** y **la reutilización de los recursos.**

Demanda creciente

En todo el mundo, un tercio de los consumidores sigue una dieta basada en la moderación o la eliminación de productos animales [1]

El **57,1%** de los flexitarianos podría **imaginarse siendo vegetariano** y el **7,9%** podría imaginarse siendo **vegano.** [3]



Fuentes:
1: Foodservice Survey, FMCG GURUS cited from Vegconomist, 2020
2: Meat & Plant-Based Survey, FMCG Gurus, April 2022
3: Veganz Ernährungsstudie, Veganz, November 2020

El sector plant-based está creciendo

La mayor cadena neerlandesa de supermercados, **Albert Heijn**, aspira a que en 2030 el **60% de las proteínas consumidas sean de origen vegetal.**

El sector **plant-based** creció un **49 %** en **dos años**[1].

El sector del **“queso vegetal”** creció un **112% [2].**

En Alemania, el sector de “**pescado de origen vegetal”** creció un **623 %** [3].

Fuentes:
1: Plant Based Foods in Europe: How big is the market? Smart Protein Project, 2021
2: Vegconomist, February 2022
3: Vegconomist, March 2022

Un cambio hacia dietas plant-based

Una reciente encuesta encontró que más del 52% de los encuestados ha empezado a cambiar su dieta hacia una plant-based en los últimos dos años.

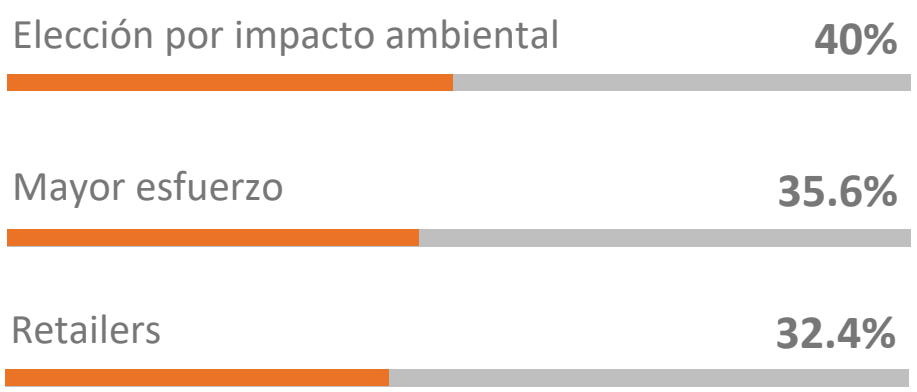
¿A qué se debe?

- Preocupaciones por la salud: Este tipo de dietas suele estar asociado a beneficios como la reducción de colesterol y menor riesgo de enfermedades crónicas.
- Conciencia medioambiental: Cada vez más personas son conscientes de la huella de carbono de la ganadería y demás aspectos relacionados a su impacto ambiental.
- Consideraciones éticas: Muchas personas optan por opciones veganas para evitar apoyar a industrias que van en perjuicio del bienestar animal.

Fuente: Understanding Consumer Attitudes Towards Veganism and Sustainability in 2024, V-Label GmbH, 2024

No es una tendencia pasajera

En dicha encuesta, se encontraron cambios significativos en la conducta de los consumidores a nivel global:



Han elegido un producto en lugar de otro porque era más respetuoso con el medio ambiente

Se han esforzado más pro encontrar marcas de alimentos más respetuosas con el medio ambiente

Han cambiado de retailers a uno más respetuoso con el medio ambiente

Fuente: Sustainability surveys, FMCG Gurus, Noviembre 2024

No es una tendencia pasajera

En dicha encuesta, se encontraron cambios significativos en la conducta de los consumidores a nivel global:

Reducción/eliminación del consumo de pescado **17.8%**

Reducción/eliminación del consumo de carne **28.6%**

Reducción/eliminación del consumo de lácteos **19.6 %**

Fuente: Sustainability surveys, FMCG Gurus, Noviembre 2024

Acciones concretas

Para afrontar estos cambios las empresas deben ejecutar estrategias que les permitan hacerle frente:

- **Aumentar y asegurar la accesibilidad a productos plant-based**
- **Incrementar la transparencia mediante un etiquetado claro y certificaciones para incrementar la confianza del consumidor**
- **Destacar las ventajas para el ambiente y salud**
- **Informar a los consumidores acerca de la sostenibilidad y el impacto de sus decisiones de compra**
- **Innovar continuamente**

Fuente: Understanding Consumer Attitudes Towards Veganism and Sustainability in 2024, V-Label GmbH, 2024

Sellos para la sostenibilidad

Certificaciones expedidas por **diversas organizaciones, asociaciones o agencias gubernamentales** a determinados productos o marcas.

Para poder llevar el sello correspondiente, las empresas deben cumplir determinadas **normas y especificaciones**.

Sólo cuando se han cumplido todos los criterios se certifican los productos con **el sello correspondiente**.

¿Por qué pagar por un sello como V-Label?

- La evaluación del status vegano/ vegetariano **no es tan fácil.**

Por ejemplo: Es difícil saber si una limonada no es vegana porque el ingrediente utilizado, el jarabe de glucosa-fructosa, podría producirse con una enzima (lisozima) que normalmente se obtiene del huevo.

- Mayor **valor de reconocimiento** en comparación con una declaración de cualquier empresa.

- Es **más fiable** pues se realiza **por una parte independiente**: La mayoría de la gente sólo confía en etiquetas independientes como la V-Label

¿Por qué escoger V-Label?

- Única marca internacional que ofrece un **servicio de atención al cliente local.**

- Servicio de atención al **cliente descentralizado** y en **varios idiomas** (a diferencia de otras marcas). Se cuenta con más de **30 socios locales en más de 20 idiomas.**

- **Gestión de calidad superior** debido a inspecciones frecuentes, comprobaciones exhaustivas de documentos y una década de experiencia.

- La mayor parte de los ingresos se destinan a financiar **proyectos locales sin ánimo de lucro** en los ámbitos de la protección del medio ambiente, los derechos de los animales y la salud.

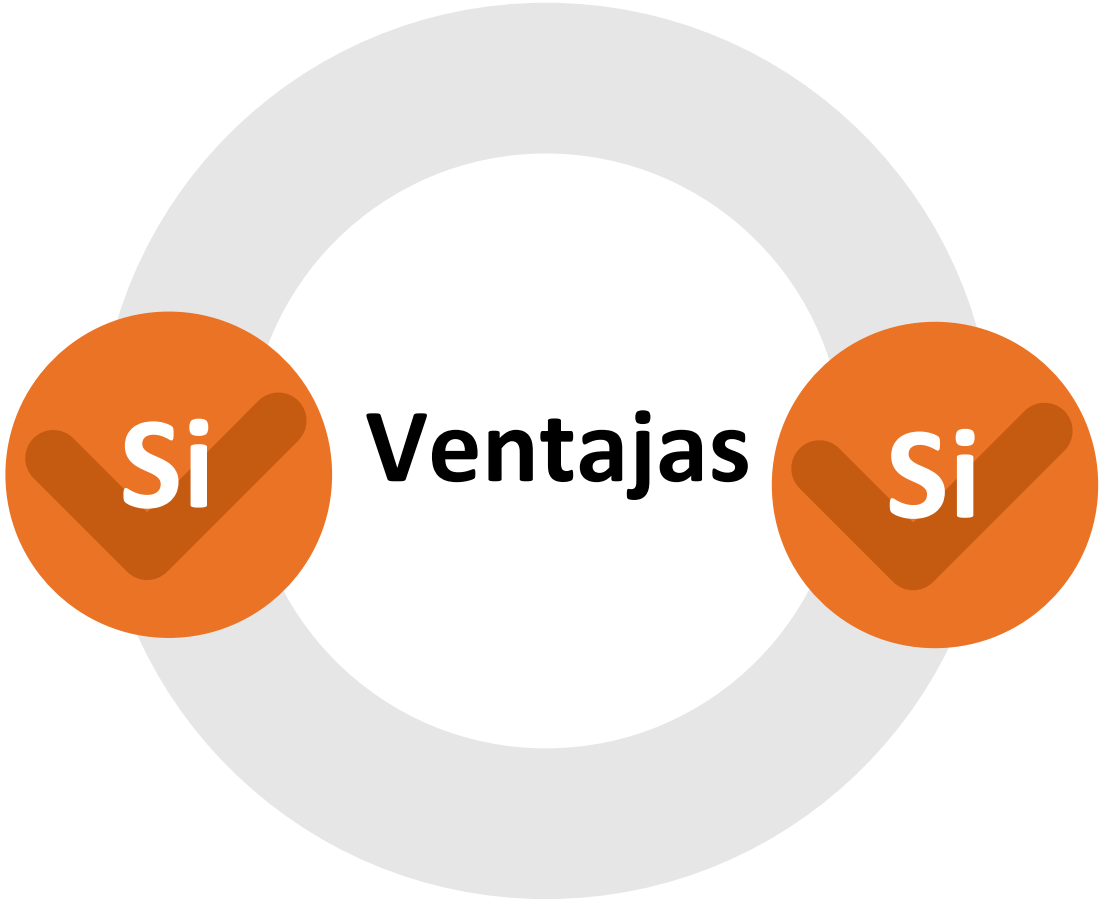
- Ofrecemos certificación **vegana y vegetariana.**

¿Por qué escoger V-Label?

NOTORIEDAD: Presencia nacional e internacional

SERVICIO: Muchos años de experiencia y proceso optimizado

PUBLICIDAD: Presentación gratuita online/offline de productos innovadores



PERCEPCIÓN: Consumidores asocian a V-Label con una mejor calidad y características positivas

NUEVOS CLIENTES: Encuentra nuevos grupos objetivos mediante un etiquetado claro

CONFIANZA: La gente confía más en los productos con V-Label

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

3 Certificación V-Label en Perú

Datos básicos

Propiedad

La asociación propietaria es V- Label GmbH

Alcance

Sello para productos y servicios **veganos y vegetarianos**

Mercado Peruano

V-Label Perú es responsable del **mercado peruano**

Origen

Se originó en **Suiza en 1996**

Sectores

Cosméticos, Alimentos, No Alimentos y Gastronomía

Productos

Más de 50,000 productos certificados a nivel mundial

Empresas

De más de 4,300 empresas a nivel mundial

Países

De más de 50 países

Historia

2019

Crecimiento
La V-Label se vuelve internacional

1976

Marca Comercial
V – Label nació y fue utilizado por AVI en Italia

1985

UVE
V- label se promovió como símbolo institucional internacional para las sociedades vegetarianas en el primer Congreso Vegetariano Europeo, celebrado en Italia y es utilizado desde la fecha en el logo de la UVE

1996

Swissveg
La V- label actual tiene su origen en la V (hoja) y se utilizó por primera vez en Suiza para certificar productos y servicios de Swissveg

1999

Crecimiento
La V-Label se presentó en el Congreso de la UVE, celebrado en Suiza, para iniciar la cooperación europea.

Nuestro rol

Tenemos un acuerdo de licencia con V-Label GmbH y estamos autorizados a conceder licencias de productos a **empresas con sede en Perú, desde el 2018.**

1. Somos una organización sin fines de lucro fundada en el 2010.
2. Nuestra misión es reducir el uso de animales en Perú, y difundir los productos hechos a base de plantas.
3. Proyecto APEP (Alimentos por el Planeta) en instituciones educativas.
4. Primera y Segunda encuesta sobre dietas a base de plantas en Perú.

A nivel mundial

- Sello utilizado por grandes empresas nacionales e internacionales como Unilever, Nestlé, Aldi, Bimbo, etc.

- Cada vez más empresas están certificándose en Perú: Peusac, Cartavio, Agroindustrial Laredo, Casa Grande, etc.

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

4 Categorías de certificación con V-Label

Categorías

Alimentos

Alimentos incluyendo bebidas alcohólicas y no alcohólicas

Cosméticos

Productos cosméticos y de cuidado personal; así como, detergentes y agentes de limpieza

Gastronomía

Desde individuales a sistemas gastronómicos

No Alimentos

Prendas de vestir, materiales de impresión, medicina y otros

Alimentos

Los productos alimentarios con certificación vegana son cada vez más populares, ya que la gente intenta llevar un estilo de vida más sostenible y ético.

- Los consumidores veganos perciben más **positivamente** los productos con V-Label.
- El 53% considera importante comprar **calidad fiable** a través de productos controlados y certificados.
- El 84% de los consumidores veganos **se fija conscientemente en la V Label** a la hora de hacer la compra.

Fuente: The growing importance of vegan food labels, V-Label, 2021

Cosméticos

Cada vez son más los consumidores que valoran los cosméticos de origen vegetal. Especialmente en el caso de los productos cosméticos, a menudo no está claro si los ingredientes son de origen animal.

- Unos criterios definidos que garantizan claridad en productos **cosméticos** y de **cuidado personal**, así como en los **detergentes y productos de limpieza.**

- Dos categorías **"vegetariano"** y **"vegano"** probadas y fáciles de entender.

- Posibilidad de etiquetado para productos cosméticos **convencionales** y **naturales**

Gastronomía

A medida que se popularizan el estilo de vida y la dieta veganos, aumenta también la demanda de alternativas plant based cuando se come fuera de casa.

En la gastronomía de sistema, la etiqueta V ya está presente para mostrar a los consumidores las alternativas veganas a primera vista.

No Alimentos

Un estilo de vida vegano o vegetariano no se limita a la selección de alimentos de origen vegetal. Cada vez más consumidores también dan importancia a las alternativas vegetales para productos no alimentarios.

- Los productos con la etiqueta V se perciben de forma **más positiva**.
- La **probabilidad de compra** de productos con V-Label es mayor.
- En el caso de los productos no alimentarios, existe una disposición a pagar un **precio más alto.**

Selección de compañías y marcas certificadas con V-Label

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

5 Proceso y costos para obtener la V-Label

Criterios de V-Label

01

Estándares de producción

Se deben garantizar altos niveles de calidad y evitar la contaminación cruzada

02

Auditorías y capacitaciones

Solamente para el sector gastronomía

03

Ningún OGM que deba declararse

Los productos que requieren el etiquetado de OGM según la legislación aplicable no pueden ser certificados

04

Ningún testeo en animales

Ningún testeo de animales en el producto final

05

Ingredientes

Validación de todos los ingredientes, coadyuvantes y aditivos en todas las fases de producción

Nuestro proceso para categorías de productos

01

Consulta

En una primera consulta, el cliente facilita información necesaria sobre su empresa

02

Cotización

Basándonos en la información brindada, creamos una oferta inicial

03

Revisión documentaria

La condición de vegano o vegetariano se determinará en función de los documentos facilitados sobre el proceso, productos e ingredientes

04

Contrato y revisión de etiquetas

Una vez aprobada la revisión, firmaremos un contrato de licencia. Adicionalmente, revisaremos sus diseños digitales con el sello

05

Licenciamiento

¡Listo! Finalmente, recibirá el certificado de V-Label y ya puede usar el sello

Nuestro proceso para el sector gastronomía

01

Consulta

En una primera consulta, el cliente facilita información necesaria sobre su empresa

02

Cotización

Basándonos en la información brindada, creamos una oferta inicial

03

Revisión de ingredientes

El cliente nos envía su lista de materias primas e ingredientes incluidos en los platos a certificar

04

Capacitación

Modalidad en función de si es necesaria una formación práctica, del cocinero elegido y de los posibles módulos complementarios

Nuestro proceso para el sector gastronomía

05

Auditoría

Evaluamos la preparación de los locales e indicamos las áreas críticas y proponemos soluciones gracias a las cuales los locales podrán cumplir los requisitos de la V-Label

06

Contrato

Una vez aprobada la auditoría y encaminadas las soluciones, firmaremos un contrato de licencia.

07

Licenciamiento

¡Listo! Finalmente, recibirá el certificado de V-Label y ya puede usar el sello

Precios

Los gastos consisten en:

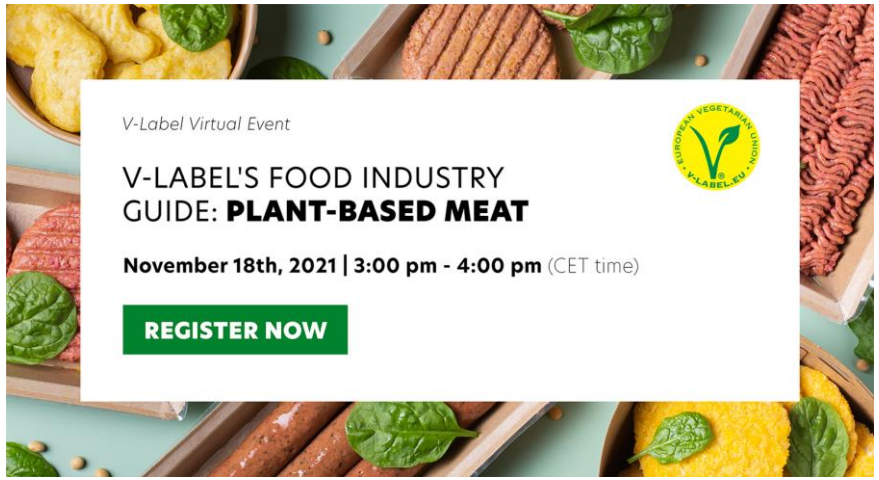
- **Tasa única de revisión documentaria** (Estándar: S/. 250, Express: S/. 350)
- **Tasa anual de licencia por producto** (depende de la facturación anual y de la cantidad de productos)
- Todos los precios incluyen IGV

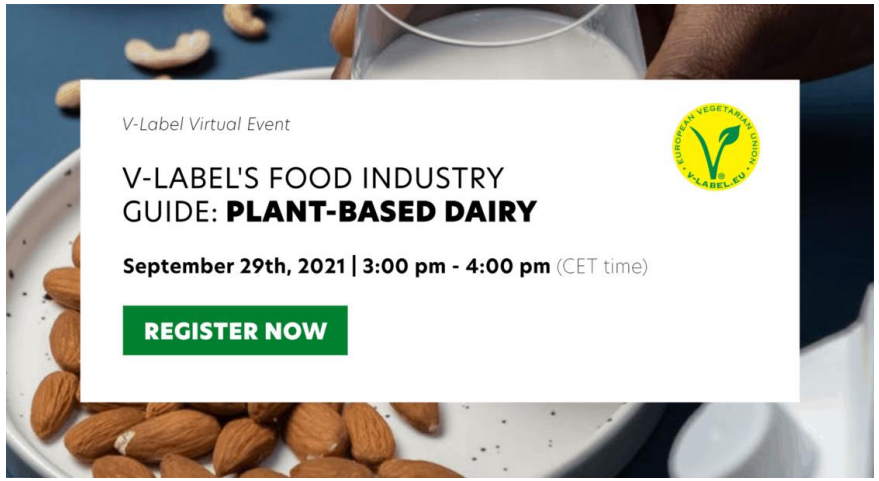
Eventos virtuales

Seminarios web On Demand:

- V-Label's Food Industry Guide: Plant-Based Meat
- V-Label's Food Industry Guide: Plant-Based Dairy
- Join the future of the plant-based market with V-Label
- Europe Goes Plant-Based: The Latest Trends and Developments in the Veggie Food Market
- The Future of the Beauty Industry: Challenges, Trends, and Vegan Cosmetics
- Storytelling: Simple and Powerful Strategies to Promote Vegan Products

Disponibles en:
https://www.v-label.com/es/events/





Contacto

Gaby Mucha Huatuco
Directora de V-Label Perú

Teléfono: +51 991 281 697
Correo: v-label@uvp.org.pe

Agenda una cita informativa en:
https://www.uvp.org.pe/agenda-tu-cita/

Página web: https://www.v-label.com/

Seminarios Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

Gaby Mucha Huatuco

Directora V-Label Perú

v-label@uvp.org.pe